

# РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ МАРКЕРІВ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ

**Інна ЛІВИЦЬКА (Кіровоград, Україна)**

*У статті розглядаються питання гендерної спрямованості політичного дискурсу в стилістичному аспекті. Пропонується аналіз гендерних маркерів та вербальних кліше формування цих маркерів в сучасному англomовному політичному дискурсі.*

*Ключові слова: вербалізація, гендер, гендерний маркер, вербальні домінанти, політичний дискурс, стилістичний аспект.*

*The article deals with the questions of stylistic gender representation in the political discourse. The analysis of gender markers and verbal clichés is realized on the examples of the modern English political discourse.*

*Key words: verbalization, gender, gender marker, verbal dominants, political discourse, stylistic aspect.*

Питання мовленнєвої комунікації та мовленнєвого впливу є одним з найперспективніших напрямків дослідження сучасної вітчизняної і зарубіжної гуманітарної науки, що знаходиться в процесі постійного оновлення та становлення [6:315]. Привабливість гендерного підходу визначається тим спектром можливостей, який, власне, останній надає для аналізу соціально-економічних та соціокультурних доменів сучасного суспільства. В свою чергу, розширення міжкультурних відносин сприяє формуванню політичного спілкування як засобу міжкультурної комунікації. Адже на політичну арену виходять політики, вербалізація політичного мислення яких виступає новим перспективним мовленнєвим досвідом. Таким чином, враховуючи лінгвістичні та психологічні особливості міжкультурного спілкування, аналіз шляхів й способів реалізації вербальних характеристик політиків з огляду на гендерну належність, видається актуальним і перспективним аспектом нашого дослідження.

**Об'єктом** аналізу постає мовленнєва поведінка політичних діячів, жінок й чоловіків, зафіксована в текстах сучасного англomовного політичного інтерв'ю.

**Матеріал** дослідження складають тексти політичних інтерв'ю, виступи політиків, зафіксовані в англomовних ЗМІ.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Серед відомих праць, які займаються гендерними дослідженнями слід відзначити розвідки І.Г.Ольшанського, І.Г.Серова, І.Є.Калабіхіна, А.В.Кириліної, І.С.Клеціної, А.К.Єрмолаєва, Т.А.Клименкової, О.І.Горошко, М.Д.Городнікової, Є.А.Здравомислової та ін. Серед зарубіжних науковців, які займаються проблемами гендерної лінгвістики, яскраво виокремлюються праці Р. Лакофф, Д.Камерон, Б.Прайслер, Ф.Сміт, О.Єсперсен, Д.Спендер, М.Адлер та ін.

Культурні та соціальні фактори, які лежать в основі гендерних досліджень, визначають ставлення суспільства до чоловіків і жінок, розкривають стереотипи мислення й поведінки, що в свою чергу, веде до окреслення останніх як «концептів культури» [6:31]. Гендер як складний соціокультурний конструкт, що відображає відмінності в ролях, поведінці, ментальних і емоційних характеристиках статей, трактується в дослідженнях як певна модель відносин у певних соціальних інституціях [2]. Таким чином, поруч з соціально-демографічними та культурними характеристиками, гендер є одним з базових концептів соціальної структури суспільства.

Політичний дискурс є фактично однією з найагресивніших гендерних технологій, адже він не тільки відображає гендерні стереотипи, міцно зафіксовані у суспільстві та культурі, але й підсилює їх прагматичною спрямованістю на адресата в кореляції «влада – мова – особистість». Відповідно, у вивченні цієї кореляції в політичній сфері домінує прагматико лінгвістичний підхід, який дає змогу дослідити вербальну поведінку політичної особистості згідно з критерієм адекватної селекції лінгвістичних одиниць і силі їхнього впливу.

Екстралінгвістичними детермінантами цієї селекції в політичному дискурсі виступають ситуація, мета та мотиви спілкування. Ситуація, яка типово пов'язана із специфічними політичними подіями, має на меті керування суспільством на основі розповсюдження певної політичної ідеї з використанням мови в якості засобу впливу на особистість. Основними компонентами політичної комунікації виступають політик, як комунікант та відправник інформації, та особистість, як адресат та одержувач цієї інформації, а метою політичної комунікації є вплив на одержувача інформації аби прихилити адресата на свою політичну сферу та розповсюдити свої політичні переконання та погляди [7: 214]. З цією метою політики використовують політичну рекламу як спосіб переконання широкої аудиторії адресатів заради створення успішного іміджу політика. Дієвість політичної реклами як різновиду політичного дискурсу проявляється в її функціональності, а саме: комунікативній, соціальній та ідеологічній спрямованості та інформативності, а також гендерній амбівалентності адресної аудиторії.

Процес гендерної соціалізації індивіда відбувається через використання відповідних маркерів, які фіксують статеву належність індивіда та реалізують когнітивні категорії маскуліності й фемінності, які являють собою сукупність типових біологічних, емоційних, психічних, соціокультурних та психологічних характеристик певної особистості певної лінгвокультури [5:111]. Прагнучи в лаконічній чи розгорнутій формі донести до адресата суть політичної платформи партії, підтвердити чи послабити імідж політика, політичний дискурс стає ретранслятором певних символів та міфів, пов'язаних з архетипами людської свідомості.

Використання правильно підібраних гендерних маркерів і знання особливостей ведення політичного діалогу сприяє успішній реалізації мети політика щодо залучення нової аудиторії до ряду своїх прихильників та створення успішного політичного іміджу.

Сучасне суспільство переживає комплексні соціокультурні зміни, які стосуються усіх аспектів соціальних відносин, а саме – зміни нормативних гендерних моделей. Соціальні трансформації сучасного суспільства пов'язані з поширенням авангардних ідей про гендерні ідеали, чоловічі та жіночі цінності та образи. Саме тому, загальні гендерні характеристики текстів політичного англомовного дискурсу останнім часом відображають загальноєвропейські гендерні тенденції.

Розглянувши політичні тексти англійською мовою, спрямовані на чоловічу аудиторію, помічаємо ряд маркованих стереотипних ознак. Серед них — стереотип успішності та статусу чоловіків у суспільстві [1:90]. У друкованих політичних текстах ця норма реалізується через використання дієслів активного стану, що має свідчити про активну життєву позицію сильної частини людства. На лексичному рівні рельєфно ідентифікуються слова з семантикою унікальності, престижу, стабільності, послідовності [4: 38].

*“Health care premiums went up 5.5 percent last year” (Barack Obama), “You and I are both paying ...”, “There are essentially private HMOs...” [8].*

Традиційно для чоловіків передбачені певні образи-іміджі: 1) образ певного мисливця, здобувача та самця; 2) образ дбайливого батька та надійного господаря; 3) образ успішного, активного та розумного кар'єриста; 4) образ вірного товариша, члена гучних чоловічих компаній [3:236].

Формування відповідного чоловічого образу відбувається за допомогою відповідних маркерів маскуліності: на лексичному рівні рельєфно простежується семантика інстинктивної сфери, домінування підкресленого інтересу до суто чоловічих занять (полювання, рибальство, війна тощо). В синтаксисі превалюють короткі наказові пропозиції, що створюють ефект готовності до дії, виконання наказу, рішучості, часом жорстокості, яка межує з твердістю та упевненістю: *“...you don't – you don't get – you don't get time on the nightly news” (Barack Obama), “We cannot dictate to another sovereign nation what they can or cannot do...” (Joe Biden) “...we are now only about 120 days into the recovery package”, “The United Nations has started a process...”, “What we offered the prime minister, as well as the speaker, as well as the two vice presidents...” [9].*

Відповідно, гендерними маркерами маскуліності в політичному дискурсі виступають термінологічність, прагнення до максимальної точності номінації, вживання прикметників

оцінювального значення, а також абстрактних іменників: *"The chairman of the Joint Chiefs of Staff the secretary of state, the secretary of defence, the national security adviser ..."*, Barack Obama: *"... brining peace and stability..."*, *"...collaboration based on honesty and sincerity..."*, *"inflation was actually negative..."*, *"...everything is a tax increase..."*, *"...if you have health insurance..."* [8].

Отже, політичний англomовний дискурс на сучасному етапі експлуатує і послідовно закріплює за чоловіками лінгвістичні характеристики домінування, лідерства, активності, публічності, раціональності та сили волі, а за жінкою закріплює образ нерішучості, пасивності, залежності, відсутності логічного мислення та прагнення до досягнень. Вибудовуються певні опозиції, які чітко простежується в мовній поведінці чоловіків та жінок в політичному інтерв'ю: 1) чоловіча активність – жіноча пасивність; 2) чоловічий раціоналізм – жіноча інтуїція; 3) чоловіча дієвість – жіноча експресивність.

На думку сучасних дослідників, жіночу мовну поведінку можна охарактеризувати як більш «гуманну», що проявляється в частому використанні емпатичних конструкцій, девіації від прямої відповіді, вживання лексики стилістично забарвленої, високого стилю та значної кількості ввічливих форм [5: 113].

Жіноча інтуїтивність та експресивність виражається в мовній поведінці використанням суттєвої кількості оцінювальних висловлювань, зокрема прикметників, префіксів інтенсифікаторів, конструкцій «прислівник+прикметник», де кожен з компонентів має оцінювальну модальність: *"Princess Diana: "They've been so force-fed with marital problems, whatever, whatever, whatever, that they are fed up", "I was thick as a plank and people were using my bulimia as a coat ...", "...there was a lot of anxiety going on within our four walls..."*, *"I'd like to be the queen of people's hearts..."* [10].

Фемінна емоційність, суб'єктивізм і схильність до перебільшення виражається в текстах політичного дискурсу питальними та риторичними реченнями, порівняльними зворотами й повторами, що насичує текст емотивністю й експресивністю: *"Condoleezza Rice: "And do I really want to pay the price of an Iranian nuclear weapon?", "We can help. We can support. We can do a lot of things..."*, *"If by radical change people men is he drop that goal?", "Before the war, before the war..."* [11].

Фемінно маркованими лексичними елементами політичного англomовного дискурсу, які демонструють опозицію «чоловіча дієвість – жіноча експресивність», виступають вигук та окличні речення, які демонструють прагнення до образності й художності. Різноманітні зображальні засоби, метафори, алюзії та цитування, іронія, повтори, паралелізм також слугують емотивній диференціації жіночої мовної поведінки в політичному домені: *"Princess Diana: "I sit here with hope because there's a future ahead, a future for my husband, a future for myself and a future for the monarchy..."*, *"My husband said, "Go over to the other side and speak to them", ...and William said, "Mummy, I think you've been hurt..."*, *"Mmm..."*, *"Uh,uh..."*, *"Yup, we did"* [10].

Отже, гендерне маркування лексичних одиниць в сучасному політичному англomовному дискурсі відбувається завдяки диференціації соціальних стереотипів жінки-політика і чоловіка-політика, особливостей вербальної поведінки та комунікативних стратегій, а також екстралінгвістичними чинниками, які обумовлюють мовну ситуацію, мету комунікації і її спрямованість на адресата (аудиторію). Жіноче та чоловіче мовлення має як спільні, так і відмінні риси. Саме манера спілкування визначає гендерну маркованість мовної поведінки політичного діяча.

Так, наприклад, політичний англomовний дискурс на сучасному етапі експлуатує та послідовно закріплює за чоловіками лінгвістичні характеристики домінування, лідерства, активності, публічності, раціональності і сили волі, а за жінкою – закріплює образ нерішучості, пасивності, залежності, відсутності логічного мислення й прагнення до досягнень. Таким чином вибудовуються певні опозиції, які чітко простежується в мовній поведінці чоловіків та жінок. Гендерними маркерами маскулінності в політичному дискурсі виступають термінологічність, прагнення до максимальної точної номінації, вживання прикметників оцінювального значення, а також абстрактних іменників, що дозволяє визначити маскуліну мовну поведінку політика як «інструментальну». На лексичному рівні

рельєфно простежується семантика інстинктивної сфери, а в синтаксисі превалюють короткі наказові пропозиції, що створюють ефект готовності до дії, виконання наказу, рішучості.

Таким чином, сучасний політичний англомовний дискурс насичений гендерними образами і стереотипами, які, в свою чергу, транслюються із суспільної свідомості та накладаються на індивідуальні психологічні особливості комунікантів.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – С.88-90.
2. Гендер. Матеріал з Вікіпедії. [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D0%BD%D0%B4%80>
3. Грайс Г.П. Логика и речевое общение/Г.П.Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – С.217-237.
4. Кирилина А.В. Особенности и тенденции развития гендерных исследований в российской лингвистике /А.В.Кирилина// Гендер: язык, культура, коммуникация. – М.: МГЛУ, 2001. – С. 32-47.
5. Мельник Ю.П. Об'єктивація гендерних стереотипів у сучасній лінгвістичній науці/Ю.П.Мельник // Вісник Житомирського державного університету. – 2009. – №45. – С.110-114.
6. Оксамитна С.М. Гендерні відносини крізь призму громадської думки в Україні і світі/ С.М.Оksamitna // Наукові записки НаукМА. – 2007. – Т.19.Ч.2. – С.311-317.
7. Самарина И.В.Прагмалингвистическое исследование речевой деятельности политиков по коммуникативным стратегиям «Создание круга своих и круга чужих» /И.В.Самарина//Вестник СамГУ. – 2006.– №8 (48). – С.213-219.
8. ABC News, this week George Stephanopoulos's interview with president Barack Obama. September 20, 2009.[Електронний ресурс]/Режим доступу: <http://abcnews.go.com/ThisWeek/Politics/transcript-president-barack-obama/>
9. ABC News, this week George Stephanopoulos Goes Behind the Scenes with the Vice President Joe Biden in Iraq. Interview. July 5, 2009. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://abcnews.go.com/ThisWeek/Politics/Story?id=8002421&page=1/>
10. BBC / Panorama interview with the Princess of Wales, Broadcast in November 1995. [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/politics/97/diana/panorama/html>
11. The Secretary of State talks about the crises we face, and what we need to do. Interview by William Beaman and Conrad Kiechel. [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.rd.com/your-america-inspiring-people-and-stories/interview-with-condoleeza-ryce-/article28523-2.html>

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Інна Лівницька** – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри практики германських мов Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* комунікативна лінгвістика, психологізм художньої літератури, художній переклад.